

PROGRAMMA OPERATIVO COMPLEMENTARE (POC) 2014-2020

LINEA STRATEGICA "RIGENERAZIONE URBANA, POLITICHE PER IL TURISMO E CULTURA"

AZIONE 4 - "INIZIATIVE PROMOZIONALI SUL TERRITORIO REGIONALE"

PROPOSTI DA COMUNI NON CAPOLUOGO IN FORMA ASSOCIATA

DELIBERAZIONE DI GIUNTA REGIONALE N. 236/2019

PROGRAMMA "GIUGNO 2019 – GIUGNO 2020"

SCHEDA PROGETTUALE

A	IDENTIFICAZIONE DELL'EVENTO	
1)	Titolo del progetto	Il matrimonio di Giovannella Stendardo – DAI NORMANNI AGLI ARAGONESI NELLA VALLE DI SUESSOLA
2)	Comune proponente	Arienzo
	Codice Fiscale/Partita IVA	80007270616
	Sede principale	piazza S. Agostino,4 – 81021, Arienzo
	Telefono	0823-805987
	Fax	0823- 804619
	E-Mail e PEC	segreteria.arienzo@asmepec.it pec .comunearienzo@asmepec.it
3)	Legale Rappresentante	Davide Guida
4)	Responsabile Unico del Procedimento	<i>Indicare nominativo e profilo professionale all'interno del Comune proponente</i>
	Telefono	0823-805987
	Fax	0823- 804619
	E-Mail e PEC	segreteria.arienzo@asmepec.it pec .comunearienzo@asmepec.it
5)	Altri Comuni coinvolti, oltre al Comune-Capofila	<i>Per ciascuno degli altri Comuni coinvolti, indicare: denominazione - indirizzo – CAP nonché nominativo del sottoscrittore del Protocollo d'Intesa (Legale</i>

		<p><i>Rappresentante o suo delegato)</i> <i>Comune di San Felice a Cancello via Roma 81027</i> <i>Legale Rappresentante Giovanni Ferrara</i></p> <p><i>Comune di Santa Maria a Vico</i> <i>Legale Rappresentante Andrea Pirozzi 81028 via</i> <i>Appia 365</i></p>
6)	<i>Evidenza delle ragioni della partnership</i>	<p><i>Specificare, altresì, le ragioni della partnership nonché degli elementi che risultano strettamente e sinergicamente integrati tra di loro e con le risorse valorizzate attraverso l'evento.</i></p> <p>Oltre ad essere accumulati da territori e paesaggi simili, essi condividono storia e tradizioni enogastronomiche. Nel corso degli ultimi anni, le amministrazioni di questi Comuni hanno compreso l'importanza di attuare politiche di apertura e cooperazione tra diverse realtà amministrative e la necessità di attuare piani turistici integrati che offrano ai visitatori un'offerta turistica ricca che risponda ad un ampio ventaglio di esigenze e bisogni. Necessari sono, dunque, eventi, iniziative in grado di unire luoghi diversi, in nome di un turismo integrato che non trascuri anche l'opportunità di superare la "linea di confine" tra Comuni. Non è nuova, quindi, la volontà di condividere il medesimo progetto. In questo caso, la ragione della partnership è la volontà dei comuni di diffondere le proprie tradizioni religiose e creare percorsi condivisi nei comuni coinvolti, organizzando eventi che uniscano fede, tradizione e promozione dei prodotti tipici del territorio.</p>

C	DESCRIZIONE DELL'EVENTO	
1)	<p>Oggetto, Finalità ed obiettivi dell'evento</p>	<p>DAI NORMANNI AGLI ARAGONESI NELLA VALLE DI SUESSOLA</p> <p>Il progetto si sviluppa nella Valle che prende il nome da una delle più antiche città campane, Suessola. Dove convivono, seppur a pochi chilometri di distanza, borghi rappresentativi di due differenti dominazioni: normanni ed aragonesi</p> <p>La storia della città di Arienzo inizia dall'incendio della città di Suessola ad opera dei saraceni. Parte dei suessolani si rifugiarono in un castello sul monte Argentarium. Ma il re normanno Ruggiero II di Altavilla temendo questo castello possente e con tre mura di cinta ne ordinò la distruzione. La popolazione tornò così a valle dove fondò nel 1154 Terra murata, primo nucleo di Arienzo.</p> <p>L'influenza di Arienzo si allargava su tutta la valle di Suessola. I primi insediamenti di San Felice a Canello risalgono al X secolo d.C. quando si formò un primo nucleo abitato intorno ad una cappella intitolata a San Felice. Per secoli le popolazioni della zona rimasero alle dipendenze dell'antico feudo di Arienzo.</p> <p>Poco lontano, un secolo prima, in un piccolo vico romano lungo l'antica via militare era comparsa la statua lignea di una Madonna. Inizia così la storia di Santa Maria a Vico.</p> <p>Saranno gli aragonesi a trasformarla in una delle città più fiorenti del regno. Ferdinando d'Aragona, re di Napoli, si affida alla Madonna del Vico prima di combattere baroni e Turchi. Dal doppio voto nascono la basilica dell'assunta e il Convento. Qui hanno insegnato e celebrato messa futuri papi, come Pio V, e Sant'Alfonso de Liguori. Opera dei domenicani la prestigiosa biblioteca ed ineguagliabili capolavori</p> <p>E si dice che sia stato Sant'Alfonso in persona a disegnare nel 1762 la Chiesa di San Nicola Magno, patrono della città. Quadri come quello di Santa Maria ad Navas sono punti di riferimento dell'arte fiamminga nell'ex Regno di Napoli. Piazza Aragona è ancor oggi una delle più belle della Campania., Milano.</p>

		<p>La manifestazione è volta a rievocare l'Arienzo del medioevo e soprattutto il matrimonio tra Giovannella Stendardo, signora medievale, e Marino Boffa, avutosi esattamente seicento anni fa, nel settembre del 1417. Giovannella, una delle contesse più potenti ed illustri del meridione appartenente alla famiglia Stendardo (che aveva aiutato i D'Angiò alla conquista del Sud Italia), oggi sepolta nella chiesa di Sant'Agostino, aveva ereditato i possedimenti del padre che ricoprivano Arienzo ed alcuni paesi del Beneventano fino all'odierno Molise e il basso Lazio, e dimostrò grande coraggio decidendo di sposare per amore il giustiziere Boffa, rompendo le promesse matrimoniali fatte dalla famiglia, prima con il nipote del Papa e poi con gli Sforza, signori di Milano.</p> <p>L'intento dell'amministrazione comunale, è di valorizzare la cultura, l'arte e la storia di Arienzo facendole conoscere in modo semplice all'intera cittadinanza.</p> <p>I principali obiettivi di questa manifestazione così ricca di storia, cultura, tradizione ed enogastronomia, sono:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Creare una "rete" fra i protagonisti per la condivisione di un obiettivo comune; • Destagionalizzazione dei flussi turistici; • Potenziamento del circuito del turismo culturale religioso, per un turismo sostenibile; • Valorizzazione delle identità culturali, storiche, della memoria e delle tradizioni popolari; • Promozione e sviluppo del rapporto fra tradizione e innovazione; • Una più completa fruizione dei beni monumentali, artistici, archeologici, naturalistici e dei borghi e dei centri storici; • Una maggiore consapevolezza dei custodi di questo patrimonio, storico, culturale e religioso.
2)	<p>Coerenza dell'evento con gli obiettivi e le finalità dell'avviso</p>	<p>La rievocazione è una ricorrenza di rilevanza fondamentale per tutto il territorio regionale e nazionale e, negli ultimi anni, ha attirato l'attenzione di un numero sempre maggiore di turisti stranieri. Per le sue caratteristiche trasversali, tra folklore e</p>

		<p>turismo enogastronomico, questo evento, può potenzialmente diventare manifesto di un mezzogiorno creativo che delinea itinerari e contenuti a partire da una conoscenza profonda delle realtà locali e dei mondi simbolici che queste incarnano.</p> <p>Il coinvolgimento dell'intera comunità è garantito dalla partecipazione alla kermesse storico culturale di associazioni del territorio. Il tutto sarà accompagnato da pietanze medievali e prodotti tipici locali, il tutto inaffiato dagli ottimi vini irpini.</p> <p>La rievocazione storica, il coinvolgimento popolare, sono momenti significativi tutti convergenti in unico obiettivo: sentirsi più uniti nella nostra socialità, nell'aspetto religioso e nell'aspetto civile, attraverso un sano divertimento che ci porta a valorizzare il nostro passato e a rendere più forte e vivo il legame con il nostro paese. Non vogliamo trascurare anche la possibilità di farlo conoscere all'esterno, promuovendo un forte richiamo turistico che lo porta, al passo coi tempi, a concorrere con gli altri.</p>
3)	Luogo di svolgimento:	Arienzo, San Felice a Canello, Santa Maria a Vico
3.1)	Locations	<p>Tutte le attività, i giochi e gli stand si svolgono nello spiazzo intorno al castello, del quale oggi rimangono soltanto dei ruderi delle mura perimetrali e due torri.</p> <p>Il borgo medievale di Arienzo, caratterizzato da stradine strette e tortuose, balconi in ferro, portali in granito ed un magnifico panorama, diviene palcoscenico naturale per un evento storico-culturale ed enogastronomico, con l'intento di riproporre la vita quotidiana dei nostri antenati e riscoprire che la nostra storia è la nostra essenza.</p> <p>San Felice a Canello</p> <p>La manifestazione proposta è volta a rievocare la storia di San Felice a Canello attraverso i sei Casali che ne costituiscono l'imianto storico-urbanistico.</p> <p>Lo stemma del Comune propone, infatti, sei stelle ad indicare i sei Casali che sovrastano la catena montuosa del Parco del Partenio.</p> <p>I sei Casali, Talanico, Cave, Casazenga, Piedarienzo San Felice e Canello sono, ancora oggi, custodi di un patrimonio artistico, architettonico e culturale costituito da importanti monumenti storici e millenarie tradizioni spesso non note all'intera cittadina.</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Badia di S. Michele a Palombara, del XIV sec. con la sua imponente veglia, dalla sommità della collina, sull'intera comunità della Valle di Suessola, comunità che ogni anno con un pellegrinaggio che si ripete da secoli, venera la statua lignea di San

		<p>Michele presente all'interno della Badia;</p> <ul style="list-style-type: none"> • Il Castello medioevale del "Matinale" sulla collina di Cancellò, dono di nozze di Federico II di Svevia alla figlia illegittima Margherita in occasione delle nozze con il Conte di Acerra, Tommaso II d'Acquino; • Il grande acquedotto di Serino , costruito nell'800 ed ancora attivo. Una delle opere idrauliche più lunghe d'Europa che con i suoi circa 80 Km di lunghezza di cui 60 tutti in tufo e gallerie naturali, alimenta la nostra valle ma, soprattutto la città di Napoli attraversando con il suo imponente canale in tufo l'intero parco del Partenio ; • La Fontana di San Marzano, di epoca romana, realizzata con la tecnica dei khanat, canali sotterranei ancora esistenti e visibili al visitatore. La fontana fu stazione di sosta dei grandi eserciti che attraverso il valico dei "Carpini" attraversavano la nostra valle; • La Cappella di Cortemaggiore che con la sua imponenza conserva, in parte, affreschi di scuola Giottesca; • La centenaria ferrovia Benevento Napoli via Valle Caudina che, con il suo tracciato che si inerpica tra le colline dei Monti Tifatini, ha segnato la storia di intere generazioni che grazie ad essa hanno potuto raggiungere la città di Napoli. <p>S.Maria a Vico</p> <ul style="list-style-type: none"> • Basilica di Maria SS. Assunta e Complesso Aragonese fondata da re Ferdinando I d'Aragona, il Convento storico. • Orologio della torre di Piazza Aragona, costruito dai Padri Domenicani del Real Convento di S. Maria a Vico nel 1771 • Monastero dei Missionari oblato di Maria Immacolata; • Secolari Ponti in pietra, nella frazione Loreto; • Chiesa barocca patronale di S. Nicola Magno; • Cappella Loretana del XVII secolo, situata in Piazza Roma; • Piazza Roma, Piazza Aragona, Piazza Umberto I; • Istituto Comprensivo Giovanni XXIII; • Istituto Statale Istruzione Secondaria Superiore "E.Majorana"; • Palazzo De Lucia, Via Appia; • Borgo degli Innamorati; <p>Architettura civile e rurale di pregio storico, con particolare</p>
--	--	---

		riferimento alla “case a botte”.
3.2)	Tipicità locali e tradizioni valorizzate	<p>Per quanto riguarda le bellezze artistiche ed architettoniche, ricordiamo la presenza di importanti siti archeologici:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Villa Romana (o Stazione di Ristoro), del III/I a.C., scoperta nel lontano 1961 presso la frazione Costa, situata a 300 metri dalla Via Appia, essa è ritenuta da molti scrittori e storici il “Tempio Augusteo o Villa Cocceio”; l'enorme struttura romana presenta ancora oggi: mura di contenimento, stanze, corridoi, vasche, colonne, pavimenti con mosaici, pareti con graffiti, disegni di vita circense, ecc. Di essa parla Quinto Orazio nella V satira del libro I ai versi 50 e 51 dove si racconta di un viaggio da Roma verso Brindisi fatto da Orazio e Mecenate per ristabilire la pace tra Marco Antonio e Ottaviano. - Castello Longobardo (Castem Vetus), del 700 circa, edificato dai Longobardi per difendere dapprima il Ducato e poi il Principato di Benevento, esso costituiva un posto di vedetta strategica su tutta la valle sottostante, inoltre fu utile per accogliere e proteggere la popolazione fuggiasca di tutta la Valle di Suessola. Nel 1135 il duca Marliano ebbe l'ordine di abbattere il Castello da Re Ruggero II D'Altavilla, ma l'ordine fu eseguito solo in parte e in seguito fu riedificato dal figlio Guglielmo. - Terra Murata, del 1135 circa, era in origine una cittadella rettangolare con mura di cinta, merli, terrapieni, fortilizi, bastioni, e torri. Nella Terra Murata, tutte le famiglie dei nobili costruiscono i loro palazzi, tra i quali oggi sono da ricordare: il Palazzo Ducale, la Chiesa della SS. Annunziata, il Convento e la Chiesa di S. Agostino, il Monte dei Pegni, ecc... <p>Organizzare eventi del genere comporta, ovviamente, la valorizzazione di tradizioni, folklore ed enogastronomia. Le feste sono accompagnate da giorni di festival, musica popolare, folklore, tammurriate, mostre fotografiche, laboratori artigianali e dal cibo tradizionale della zona, in particolare prodotti locali.</p>
4)	Funzionalità dell'intervento con particolare riferimento a:	<p>Nel territorio di Arienzo e nei Comuni limitrofi è presente un discreto numero di strutture pubbliche e private di accoglienza turistica. Nei comuni vicini sono disponibili diverse strutture alberghiere (di cui uno a 4 stelle, ed uno ad 1 stella) e 5 B&B, per un totale pari a circa 120 posti letto. In un paese confinante Forchia abbiamo 2 strutture , a Santa Maria Vico una struttura e ci sono affittacamere e bed e breakfast nelle zone periferiche della Provincia. Nella zona più centrale casertana si trovano anche hotel più rinomati.</p>

		<p>Nel luogo dell'evento sono disponibili i seguenti servizi:</p> <ul style="list-style-type: none"> - Servizi di escursioni dedicate al trekking; - Servizi di informazione turistica; - Servizi Postali; - Servizi di ristorazione e bar; - Servizi di trasporto (bus di linea); - Esercizi per la commercializzazione dei prodotti locali; - Farmacia.
4.1)	<i>promozione e valorizzazione del territorio e dei suoi elementi di attrattiva</i>	<p>L'evento è molto noto a livello locale e regionale ma, per valorizzarlo ulteriormente è necessaria una messa in rete con I comuni vicini le cui tradizioni sono condivise.</p> <p>A tale scopo bisognerà:</p> <ul style="list-style-type: none"> - prevedere la mappatura dettagliata delle specifiche risorse della Regione: quelle religiose, accompagnate da quelle culturali, paesaggistiche, e di contesto; - avviare un buon piano di comunicazione che copra anche e, soprattutto, il web e i social media
4.2)	<i>integrazione delle risorse esistenti</i>	<p>In passato, il Comune ha partecipato a molti progetti con accordi di partenariato tra Comuni accomunati dalla medesima storia, dalle stesse tradizioni e dai medesimi obiettivi. Questo è un ottimo punto di partenza per collaborare attivamente ed allargare la mappatura dei luoghi d'interesse, creare una rete solida e duratura. Inoltre, stesso all'interno del Comune, vivono e collaborano realtà associative che in passato hanno dimostrato grande spirit di aggregazione, team work e problem solving (associazioni giovanili, culturali e religiose, compagnie teatrali e gruppi folkloristici)</p>
4.3)	<i>aspetti di valorizzazione delle strutture e dei servizi turistici</i>	<p>La vicinanza con luoghi di forte interesse per il turismo balneare, naturalistico, culturale ed eno-gastronomico, permette di usufruire di servizi aerei (Aeroporto di Capodocchino – NA ed Aeroporto di Salerno – Costa d'Amalfi), ferroviari e stradali grazie a servizi navette attivabili. Inoltre le proloco dei Comuni coinvolti sono preparate ad accogliere turisti e visitatori perché ben formate e abituate a gestire questo tipo di eventi. Esse si occuperanno anche di allestire INFOPOINT turistici nel Comune per il servizio di assistenza turistica, con divulgazione di materiale promozionale (cataloghi in varie lingue, brochures) sugli eventi religiosi e sulle caratteristiche storiche e culturali del territorio, coinvolgendo le associazioni che hanno una presenza capillare sul territorio.</p>
5)	Cooperazione e modalità di messa in rete degli eventi su base tematica e/o territoriale:	<p>La rievocazione è una ricorrenza di rilevanza fondamentale per tutto il territorio regionale e nazionale e, negli ultimi anni, ha attirato l'attenzione di un numero sempre maggiore di turisti stranieri. Per le sue caratteristiche trasversali, tra folklore e</p>

		<p>turismo enogastronomico, questo evento, può potenzialmente diventare manifesto di un mezzogiorno creativo che delinea itinerari e contenuti a partire da una conoscenza profonda delle realtà locali e dei mondi simbolici che queste incarnano.</p> <p>Il coinvolgimento dell'intera comunità è garantito dalla partecipazione alla kermesse storico culturale di associazioni del territorio. Il tutto sarà accompagnato da pietanze medievali e prodotti tipici locali, il tutto inaffiato dagli ottimi vini irpini.</p> <p>La rievocazione storica, il coinvolgimento popolare, sono momenti significativi tutti convergenti in unico obiettivo: sentirsi più uniti nella nostra socialità, nell'aspetto religioso e nell'aspetto civile, attraverso un sano divertimento che ci porta a valorizzare il nostro passato e a rendere più forte e vivo il legame con il nostro paese. Non vogliamo trascurare anche la possibilità di farlo conoscere all'esterno, promuovendo un forte richiamo turistico che lo porta, al passo coi tempi, a concorrere con gli altri.</p>
5.1)	Forme di cooperazione e aggregazione tra soggetti pubblici e privati su base tematica e/o territoriale	<p>In passato, il Comune ha partecipato a molti progetti con accordi di partenariato tra Comuni accomunati dalla medesima storia, dalle stesse tradizioni e dai medesimi obiettivi. Questo è un ottimo punto di partenza per collaborare attivamente ed allargare la mappatura dei luoghi d'interesse, creare una rete solida e duratura. Inoltre, stesso all'interno del Comune, vivono e collaborano realtà associative che in passato hanno dimostrato grande spirit di aggregazione, team work e problem solving (associazioni giovanili, culturali e religiose, compagnie teatrali e gruppi folkloristici)</p>
5.2)	Elementi di rafforzamento dell'offerta e dei servizi dedicati ai fruitori dell'iniziativa	<p>La vicinanza con luoghi di forte interesse per il turismo balneare, naturalistico, culturale ed eno-gastronomico, permette di usufruire di servizi aerei (Aeroporto di Capodocchino – NA ed Aeroporto di Salerno – Costa d'Amalfi), ferroviari e stradali grazie a servizi navette attivabili. Inoltre le proloco dei Comuni coinvolti sono preparate ad accogliere turisti e visitatori perché ben formate e abituate a gestire questo tipo di eventi. Esse si occuperanno anche di allestire INFOPOINT turistici nel Comune per il servizio di assistenza turistica, con divulgazione di materiale promozionale (cataloghi in varie lingue, brochures) sugli eventi religiosi e sulle caratteristiche storiche e culturali del territorio, coinvolgendo le associazioni che hanno una presenza capillare sul territorio.</p>
5.3)	Economie di scopo generate nella gestione dei servizi e per la maggiore visibilità e fruibilità da parte dei	<p>Eventi come questo, di rievocazione storica e folklore, integrato, come mostrato in questo progetto, con una serie di attività ed eventi differenti, dalla tradizione al benessere, dal turismo naturalistico a quello eno-gastronomico, che coprono bisogni turistici ampi, favorendo la visibilità dei luoghi coinvolti, ma anche</p>

	visitatori e dei turisti	<p>di tutte le strutture, i servizi e gli enti che vi gravitano intorno. Le iniziative programmate, infatti, consentono ricadute sull'immagine e sulla promozione dell'area per i loro effetti moltiplicatori economici sia sull'incoming del turismo ambientale ed enogastronomico sia per il valore aggiunto garantito dalle eccellenze della produzione alimentare nonché per le potenzialità di crescita degli operatori che operano in tali settori.</p> <p>L'evento, pertanto, concorre a generare opportunità in termini di valorizzazione, conoscenza e promozione poiché più componenti di uno stesso territorio acquistano visibilità e fruibilità da parte di turisti e visitatori.</p>
6)	Palinsesto e programma dettagliato	<p>La kermesse storico culturale avrà inizio con la presentazione dell'evento e della guida storica di Arienzo nella celebre chiesa di S.Agostino, sede delle spoglie mortali di Giovannella Stendardo; per proseguire con "Il Sentiero dei Cavalieri" escursione sul Castello di Arienzo attraverso l'antico cammino del Monte Castello.</p> <p>La manifestazione impegnerà le due principali piazze di Arienzo: in piazza Lettieri gli studenti dell'Accademia di Belle Arti di Napoli, offriranno una performance di pittura intitolata "I Volti di Giovannella"; in piazza Valletta sarà presentato "Piazza delle Arti" percorso ludico-creativo per bambini con laboratori di incisione, pop-up, lettura e giochi medievali.</p> <p>Le giornate del festival termineranno sempre con spettacoli teatrali, concerti e stand eno-gastronomico, che allieteranno cittadini e turisti a coronamento della prima giornata dei festeggiamenti.</p> <p>Di fondamentale interesse è il "Corteo Storico" formato da giullari, nobili, fanti e musicisti e accompagnerà gli sposi fino al Chiostro di S.Agostino.</p> <p>La rievocazione, ideata e diretta dal comitato scientifico e organizzativo dei festeggiamenti, avverrà nel rispetto degli usi e delle tradizioni del periodo storico in modo da offrire a cittadini e visitatori un esempio del nostro illustre passato.</p> <p>Una grande festa con banchetto, musica, danze e fuochi d'artificio concluderà la celebrazione del matrimonio.</p> <p>la Valle".</p> <p>Nello specifico: Primo giorno inizio Giugno</p> <p>Ore 16,00 Presentazione Eventi – Sala Consiliare</p> <p>Ore 17,00 PRESENTAZIONE SQUADRE Corse dell'Oste e La Giostra degli infanti – Chiostro S.Agostino. Giuramento Madonna del Soccorso, sottoscrizione regolamento, alla presenza dell'autorità</p>

		<p>religiosa di Arienzo – Complesso Monumentale S.Agostino</p> <p>CARTARIENZO, Presentazione delle Cartoline artistiche di Arienzo rappresentative dei luoghi, personaggi e tradizioni, realizzate in collaborazione con il corso di Illustrazione dell’Accademia di Belle Arti di Napoli</p> <p>Ore 18.00 Annuncio della Festa – Avvio dei Giullari di Corte per le contrade di Arienzo</p> <p>Ore 20,00 Inaugurazione OSTERIE dislocate lungo Via Roma, nelle piazzette o slarghi, in cui ognuna cucinerà un animale secondo la tradizione medievale, utilizzando la moneta medievale del tempo.</p> <p>Ore 21.00 MUSICA A CORTE - Chiostro di S. Agostino</p> <p>Maestri del Conservatorio di Benevento (Tommaso Rossi-Flauti, Antonella Moles-Clavicembalo e studenti del Conservatorio)</p> <p>Secondo giorno</p> <p>Ore 16.00-19.00 LA GIOSTRA DEGLI INFANTI – Terra Murata</p> <p>Giochi realizzati nelle vie della terra murata, con riferimento alla tradizione medievale. Verranno costituite delle squadre in base alle contrade e queste si sfideranno con giochi e gare. Si chiederà la collaborazione dell’Istituto Comprensivo “G.Galilei” di Arienzo.</p> <p>Ore 19.00 BELLAdiSERA alla scoperta di Giovannella</p> <p>Percorso artistico culturale itinerante nella Terra Murata guidati da esperti di archeologia, storia dell’arte, di costume e di cucina medievale, per comprendere le bellezze di Arienzo del XV sec. e il contesto storico nel quale ha vissuto Giovannella Stendardo.</p> <p>Ore 20,00 OSTERIE dislocate lungo Via Roma</p> <p>Ore 21.00 MUSICA A CORTE - Chiostro di S. Agostino</p> <p>Maestri del Conservatorio di Benevento (Tommaso Rossi-Flauti, Antonella Moles-Clavicembalo e studenti del Conservatorio)</p>
--	--	---

		<p>Terzo giorno</p> <p>Ore 10.00 il SENTIERO DEI CAVALIERI - Piazza Lettieri</p> <p>Escursione sul Castello di Arienzo attraverso l'antico sentiero del monte Castello.</p> <p>Ore 16.00 CORSA DELL'OSTE – Da Piazza Lettieri fino a Capodiconca</p> <p>Palio delle dieci Contrade. Dieci squadre formate da 5 persone e il cuoco si sfideranno nel ricercare in piazza Lettieri i propri animali e portarli a cucinare presso le osterie. Vince chi avrà cucinato più pietanze e consegnate al banchetto di Giovannella.</p> <p>Attori: Ivan Improta, Carlo Liccardo e Ilaria Arra</p> <p>Ore 16.00 I VOLTI DI GIOVANNELLA - Piazza Lettieri</p> <p>Performance di pittura a cura degli studenti dell'Accademia di Belle Arti di Napoli, prof. Enzo Elefante</p> <p>Ore 19.00 BELLADISERA alla scoperta di Giovannella</p> <p>Percorso artistico culturale itinerante nella Terra Murata guidati da esperti di archeologia, storia dell'arte, di costume e di cucina medievale, per comprendere le bellezze di Arienzo del XV sec. e il contesto storico nel quale ha vissuto Giovannella Stendardo.</p> <p>Ore 21.00 MUSICA A CORTE - Chiostro di S. Agostino</p> <p>Maestri del Conservatorio di Benevento (Tommaso Rossi-Flauti, Antonella Moles-Clavicembalo e studenti del Conservatorio)</p> <p>Ore 21.00 OSTERIE della Terra – Via Roma</p> <p>Cibo e bevande medievali, Stand eno-gastronomici</p> <p>Quarto giorno</p> <p>Ore 10.00 BANDITORE</p> <p>Una delegazione in costume annuncia il matrimonio per le strade di Arienzo.</p> <p>Ore 10.00 I VOLTI DI GIOVANNELLA – Piazza Lettieri</p> <p>Performance di pittura a cura degli studenti dell'Accademia di Belle Arti di Napoli</p>
--	--	--

		<p>Ore 18.30 CORTEO</p> <p>Da Palazzo Colletta attraversando via Roma fino ad arrivare alla Piazza Nicolò Lettieri</p> <p>Ore 19,00 MATRIMONIO – Piazza Lettieri</p> <p>Ore 20.00 FESTA – Piazza Lettieri</p> <p>Concluso il matrimonio gli sposi daranno inizio alla Festa con Musica danze e il banchetto medievale</p> <p>Ore 20.00 BANCHETTO a CORTE – Piazza Lettieri</p> <p>Cibo e bevande medievali, Stand eno-gastronomici (tutte le osterie si spostano in Piazza)</p> <p>Ore 21.00 GEMELLAGGIO dei Comuni governati da Giovannella.</p> <p>Ore 22.00 SALUTO – Chiostro S. Agostino</p> <p>I due sposi raggiungono il portone del Convento, di S. Agostino, mentre giù continua la musica, danze e saluto finale.</p> <p>San Felice a Canello “Festival dei sei Casali”</p> <p>La kermesse vedrà come protagonista la rievocazione storica della vita dei sei Casali di San Felice a Canello e sarà curata dalle Associazioni culturali del territorio.</p> <p>La conferenza stampa di presentazione si terrà nel Chiostro del Complesso Monumentale di San Giovanni, sede dei Barnabiti.</p> <p>Saranno previste escursioni con visite guidate e mostre sulle “vie dell’acqua” (Acquedotto del Serino e Fontana di San Marzano) e sarà rievocato lo storico pellegrinaggio alla Badia di San Michele a Palombara attraverso l’antico sentiero dove è possibile ancora ammirare alcune delle 14 stazioni della via Crucis realizzate in pietra viva e maiolica.</p> <p>La manifestazione impegnerà le piazze dei singoli Casali con rievocazioni in costumi tradizionali. Saranno previsti laboratori creativi volti a valorizzare le arti e i mestieri del passato. Percorsi e laboratori enogastronomici con le eccellenze del territorio accompagneranno ogni singolo evento insieme a danze e musiche popolari.</p> <p>La manifestazione terminerà con il “palio dei casali”, una grande</p>
--	--	--

		<p>festa in costume durante la quale ogni Casale, in costume d'epoca, presenterà la sua performance artistica e gastronomica.</p> <p>A fare da cornice musica popolare, danze e banchetti che faranno rivivere le emozioni di un tempo ormai passato.</p> <p>Saranno coinvolte nell'intera manifestazione:</p> <ul style="list-style-type: none"> • le Scuole del territorio; • le Pro-Loce; • Musicisti; • Artisti; • Gruppi emergenti di musica popolare e folkloristica. <p>S. Maria a Vico</p> <p>Il progetto prevede la realizzazione di eventi culturali quali spettacoli musicali e teatrali, di intrattenimento ed enogastronomici) che interesseranno tutto il territorio locale che inizieranno con l'arrivo della primavera e proseguiranno nei week end del mese di aprile.</p>
7)	Cast artistico	<ul style="list-style-type: none"> • Il Teatro di strada – compagnie teatrali particolarmente votate al teatro di strada e all'animazione medievale.
8)	Direttore Artistico/Curatore scientifico	<p>Quale Direttore Artistico/Curatore Scientifico dell'intera manifestazione i comuni interessati dalla presente proposta progettuale hanno scelto di indicare la dott.ssa Carmelina D'Amore , vista la sua conoscenza del territorio e delle tipicità, nonché la comprovata esperienza nella realizzazione concreta di progetti e azioni volte all'incremento del turismo nelle aree interne della regione Campania.</p>
9)	Cronoprogramma dell'idea progettuale	<ul style="list-style-type: none"> • Preliminari amministrativi e definizione di un team di coordinamento del progetto (febbraio-marzo) • Elaborazione e realizzazione del piano di comunicazione/promozione(marzo-giugno)

		<ul style="list-style-type: none"> • Preparazione e allestimento spettacoli in programma (marzo- giugno) • Svolgimento dell'evento (giugno) • Controllo e monitoraggio (febbraio-giugno) <p>Rendicontazione (giugno)</p>
10)	<p>Piano di comunicazione dell'evento</p>	<p>La strategia di comunicazione verrà perseguita utilizzando un mix di strumenti multicanale, privilegiando:</p> <p>☐ il ricorso a media digitali targetizzati, in una logica multimediale e multicanale, per la comunicazione ai visitatori potenziali, attraverso l'attivazione di un apposito ufficio stampa operante in particolare sul web;</p> <p>☐ il ricorso a mezzi di comunicazione locale (affissioni, giornali – radio – TV locali) per l'attrazione di "ecoturisti" ed "eco gastronomi" già presenti sul territorio campano;</p> <p>☐ l'utilizzo di opuscoli e brochure informative per la distribuzione e l'utilizzo in loco a scopi informativi e di indirizzamento.</p> <p>Con riferimento specifico alla prima tipologia, la scelta di privilegiare la comunicazione on-line discende chiaramente dagli indubbi vantaggi associati all'utilizzo delle tecnologie digitali anche nell'ambito della comunicazione, al web 2.0 e ai social network. I canali di comunicazione digitale, se correttamente utilizzati, consentono difatti di stimolare fortemente l'attivazione del passaparola attraverso:</p> <p>☐ la condivisione in tempo reale delle sensazioni raccolte durante i viaggi;</p> <p>☐ l'utilizzo di funzionalità quali l'offerta di souvenir virtuali (cartoline, saluti dalla destinazione) che saranno rese disponibili attraverso il web;</p> <p>☐ la partecipazione ai forum e community che verranno specificamente realizzati intorno al progetto.</p> <p>Per la promozione dell'evento verranno attivate azioni relative a:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. promozione personale multicanale, attraverso un ufficio stampa dedicato, operante in particolare sul web; a cui verrà dedicato un ufficio stampa dedicato, che opererà attraverso i mezzi tradizionali ma, in particolare, attraverso Internet. 2. internet e "viral" marketing; 3. pubblicità su mezzi di comunicazione di massa "tradizionali" quali giornali, radio, TV, con l'obiettivo di attirare

		<p>l'attenzione a livello locale, nazionale e internazionale.</p> <p>A supporto della manifestazione sarà avviata un'attività continuativa di Ufficio Stampa a livello regionale e nazionale. Tale ufficio stampa servirà a programmare e relazionare contatti con testate giornalistiche e televisive e con le rubriche relative al turismo ed alla enogastronomia. L'attività di Ufficio Stampa sarà estesa anche ai social network e in particolare dovrà servire a coinvolgere il maggior numero di appassionati anche attraverso strumenti di prenotazione on line di parti specifiche del programma come le visite guidate. L'attività sui Social sarà rivolta agli utenti e agli opinion leader dei social network più idonei seguendo una linea editoriale che consenta di differenziarsi dagli omologhi/competitor e rendere il contenuto appetibile ai target che si vogliono raggiungere. Si prevede, inoltre l'utilizzo di strumenti di direct marketing come newsletter dedicate rivolte a tutta l'utenza regionale. Sarà realizzato, infine, un servizio video della iniziativa con immagini che saranno utilizzate come service per l'attività di ufficio stampa, nonché per le attività di social media marketing. Il servizio video sarà completato da una attività di service fotografico di stampo giornalistico.</p> <p>Nello specifico, le attività di comunicazione previste dalla presente proposta progettuale sono:</p> <p>Progettazione grafica</p> <ul style="list-style-type: none"> • Progettazione del logo e dell'immagine coordinata dell'evento e sua applicazione sugli stampati <p>Attività web Realizzazione sito web</p> <ul style="list-style-type: none"> • Personalizzazione e gestione profili e pagine facebook, twitter, you tube. • Segnalazione dell'evento su siti, portali tematici, blog e forum. • Campagna di newslettering a livello regionale. <p>Realizzazione di inviti, cartella stampa e distribuzione</p> <p>Realizzazione di inviti, cartella stampa e distribuzione materiale informativo</p> <p><input type="checkbox"/> Degustazione finale con prodotti tipici</p> <p>Attività di Ufficio Stampa</p> <p><input type="checkbox"/> Redazione invio di Comunicati Stampa prima, durante e dopo l'evento</p>
--	--	--

		<p><input type="checkbox"/> Contatti con testate giornalistiche, emittenti televisive e radiofoniche</p> <p><input type="checkbox"/> Attività di pubbliche relazioni</p> <p>L'ufficio stampa dedicato opererà attraverso i mezzi tradizionali ma, in particolare, attraverso Internet. L'ufficio stampa opererà, anche ricorrendo alle informazioni disponibili presso i vari comuni, le associazioni e gli operatori attivi sul territorio, in una logica di database marketing e customer relationship management. Costruirà, in altre parole, una banca dati dei possibili "clienti" prospect e suspect (per utilizzare la terminologia del direct marketing) nei confronti dei quali attiverà comunicazioni sempre più mirate e personalizzate.</p> <p>Questo vale anche per le varie agenzie di stampa e per i principali organi di informazione tematica e generalista di livello nazionale, che saranno oggetto di una specifica campagna finalizzata ad orientarne positivamente la comunicazione.</p> <p>L'ufficio stampa prevede l'impiego di tre risorse qualificate.</p> <p>Realizzazione materiali di comunicazione</p> <p><input type="checkbox"/> Locandine A3 n°200 riportanti il calendario complessivo della manifestazione</p> <p><input type="checkbox"/> Flyer n°4.000 riportanti il calendario complessivo della manifestazione</p> <p>Piano media</p> <p><input type="checkbox"/> Acquisto di n°2 banner su testate quotidiane on-line regionali</p> <p>Acquisto di n°1 redazionale su n°1 quotidiani a tiratura regionale</p> <p><input type="checkbox"/> Realizzazione di n°1 spot promozionale dell'evento</p> <p>Materiali di promozione del territorio</p> <p><input type="checkbox"/> Brochure: ideazione, realizzazione e stampa num.500 brochure dedicate alla promozione dell'evento e alla conoscenza del territorio e alla mappa della manifestazione</p> <p>Pubblicità radiofonica</p>
--	--	---

		<p>Diretta radio e social</p> <p>Spot radiofonico</p> <p>Diretta social</p> <p>Articolo redazionale sul sito internet radio</p> <p>Ospitata in studio</p> <p>Internet e “viral” marketing</p> <p>In linea con quanto appena esposto, verrà attivamente utilizzato lo strumento di comunicazione del web. La prima azione sarà quella concernente la realizzazione di una pagina facebook.</p> <p>Attraverso Internet verrà anche lanciata infine una vera e propria campagna di marketing “virale”, rivolta ad entrambi i target sopra specificati, basata su una comunicazione attenta agli elementi della vita sana e dell’ambiente.</p> <p>- Infopoint</p> <p>in collaborazione con le Associazioni Turistiche saranno presenti infopoint sul territorio per un servizio di assistenza turistica, con divulgazione di materiale promozionale sugli eventi religiosi e sulle caratteristiche storiche e culturali del territorio.</p> <p>Il costo totale del piano di comunicazione è di € 8.983,61 oltre IVA.</p>
--	--	---

B	ANALISI DELLA DOMANDA
----------	------------------------------

1)	<p>Capacità dell’evento di attrarre significativi flussi di visitatori/turisti</p>	<p>L’evento è un'occasione veramente unica per immergersi, quasi per incanto, nella magica atmosfera del Medioevo, è un evento già noto a livello locale e nazionale, che integra perfettamente il culto al folklore; collegando questo evento in rete con altri di simile rilevanza, permette di creare un vero e proprio percorso di storia e cultura e tradizioni. Integrando a questo, poi, una più ricca offerta, si punta ad attirare nuovi turisti con nuovi tipi di domande e di bisogni.</p>
----	---	---

2)	Tipologia dei destinatari	<ul style="list-style-type: none"> • Turisti già a conoscenza della festa; • Turisti naturalistici, culturali, gastronomi ed appassionati di tradizione e folklore, • Turisti italiani e stranieri • Appassionati di arte, cultura e sacralità
3)	Priorità dell'intervento per il territorio	Patrimoni culturali come questi vengono, spesso, oscurati da eventi di maggiore rilevanza nazionale o internazionale, lo scopo del progetto è integrare i due flussi turistici e non escluderli l'un l'altro.

D	FATTIBILITÀ FINANZIARIA	
1)	Piano Finanziario dell'intervento <i>(da strutturare in "Uscite" ed "Entrate", da articolarsi, a loro volta, nelle singole voci di spesa e nelle voci di entrata. (il quadro economico deve essere a pareggio))</i>	
1.1)	Uscite tot.	<i>Indicare entità complessiva in € 50.000,00</i>
A	Voci di spesa	Allestimento eventi e cast artistico € 30.000,00 Comunicazione € 8.983,61 Attività di supporto, coordinamento e attività di supporto € 2000,00 Totale € 40.983,61 <i>m)Iva, oneri ed altre imposte</i> € 9016.39 (iva al 22%) Totale € 50.000,00
1.2)	Entrate tot.	<i>Indicare entità complessiva in € (A+B+C+D) 50.000,00</i>
A	Finanziamento richiesto alla Regione	<i>Indicare entità in € 50.000,00</i>
B	Eventuale partecipazione diretta finanziaria dei Comuni proponenti	<i>Voce eventuale - Indicare entità in €0</i>

C	Eventuali contributi e/o finanziamenti da parte di altri Enti Pubblici	Voce eventuale - Indicare entità in € 0
0D	Ogni altra eventuale entrata (bigliettazione, sponsorizzazioni, merchandising, ecc...)	Voce eventuale - Indicare entità in € 0
2)	Analisi finanziaria dell'evento	<i>Il progetto non è generatore di entrate. Tutte le entrate derivanti da bigliettazioni, merchandising, ecc. sono imputate alla copertura delle spese dell'evento.</i>

E	RISULTATI ATTESI	
1)	Stima dei flussi turistici movimentabili	<p>L'evento sarà anche l'occasione per rilanciare le economie locali, i prodotti tipici e le filiere dell'eccellenze costruendo un turismo di qualità e consentendo di ideare un'offerta turistica ed un programma di eventi di livello nazionale anche per piccoli centri.</p> <p>Durante la scorsa edizione dell'evento sono stati accolti circa 10.000,00 visitatori. Per l'edizione di quest'anno si usufruirà di una piano di comunicazione ad elevato impatto che permetterà di raggiungere un pubblico diverso e soprattutto più ampio. L'obiettivo potrebbe essere quello di migliorare del 10%, grazie a questo evento, i livelli di arrivi e presenze registrati lo scorso anno con una proposta in grado di combinare cultura, natura ed enogastronomia, e capace di garantire un importante collegamento con il resto dell'offerta turistica regionale.</p>
2)	Stima della durata della permanenza dei flussi turistici movimentabili	<p>Gli eventi in rete, la vicinanza logistica di molti comuni simili per tradizioni e cultura, la partecipazione di associazioni e pro loco e le convenzioni con strutture turistiche del luogo, sono solo alcuni dei motivi che porteranno i turisti "giornalieri" a fare una</p>

		scelta diversa e a optare per pernottamenti, mediamente, tra le 2 e le 5 notti (tempo medio degli eventi proposti)
3)	Metodologie di rilevazione del grado di soddisfazione dei turisti	Metodi di rilevazione del grado di soddisfazione: - questionari; - brevi interviste; - test online

F	IMPATTI SOCIO-ECONOMICI ATTESI	
1)	Quantificazione e stima degli impatti attesi	<p>E' evidente che l'impatto sulle presenze e sulla spesa turistica, per quanto prioritario, non sia l'unico effetto associato al progetto; questo presenta anzi numerose esternalità positive, coerenti con le attese associate alla spesa dei fondi comunitari, che rispondono anche all'obiettivo della coesione, della promozione delle pari opportunità e dello sviluppo della società dell'informazione. Sotto questo profilo il progetto si caratterizza per:</p> <ul style="list-style-type: none"> ☑ la forte attenzione per la coesione sociale e le pari opportunità, come dimostra il pieno coinvolgimento del territorio nelle sue diverse espressioni associative ed imprenditoriali; ☑ la diffusione di nuovi strumenti di promozione comunicazione digitale, in particolare legati al nuovo concetto del web 2.0 e del social networking. <p>Sul piano occupazionale, in particolare, va osservato che del successo dell'iniziativa potranno beneficiarne indirettamente le numerose piccole imprese turistiche, agricole e agroalimentari presenti sul territorio, delle quali si contribuirà a consolidare l'equilibrio finanziario promuovendone la stabilità imprenditoriale e, dunque, anche i livelli occupazionali, su un arco temporale costante e più prolungato rispetto a quello inerente il progetto.</p> <p>Molto concretamente, considerando che l'attivazione di un posto di lavoro nel settore turistico richiede (secondo le stime annualmente fornite da studi quali quelli contenuti nel Rapporto sul Turismo Italiano) non</p>

	<p>meno di 100mila euro, si può stimare che il progetto possa contribuire, a generare, oltre a quelli direttamente connessi all'erogazione dei servizi di progetto, una decina di posti di lavoro aggiuntivi in settori collegati.</p> <p>E' alta la probabilità che una quota significativa di tali posti di lavoro possa risultare permanente, per effetto dell'accresciuto grado di conoscenza del territorio e della maggiore capacità competitiva acquisita dalle imprese turistiche e dalle aziende produttrici locali. Si consideri difatti che, se si guarda solamente al turismo di ritorno, il progetto non potrà che stimolare il ritorno negli anni successivi ed un positivo e benefico passaparola.</p>
--	---